

鏡石町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

NO.	2	事業名	台湾インバウンドに向けた鏡石町魅力発信事業	事業番号	A-3
風評の払拭に関する目標					
令和 5 年度における本県へのインバウンド宿泊客数は 179,180 人泊で、約 50%が台湾からの状況であった。そのため、特に台湾に向けた魅力発信を行い、令和 7 年度事業終了時点で 1,000 人以上の誘客を目指す。					
事業概要					
事業実施主体		鏡石町			
主な企画内容		・台湾インフルエンサー招聘 ・台湾向けパンフレットの作成 ・台湾で行われる東北イベント等への参加 ・台湾でのトップセールス			
主な事業の実施場所		鏡石町、台湾台北市 等			
事業の実施期間		令和 7 年 4 月から令和 8 年 3 月末			
企画内容					
【現状・課題】					
<現状> 震災以降、福島県へのインバウンド宿泊客数は減少した。 そのような中で、令和 5 年度から福島空港にはタイガーエアーの定期便が就航しており、インバウンド客の中でも台湾からのインバウンドに期待が持てる状況にある。 しかしながら、鏡石町は、福島空港から 10 km に位置し気安い環境にあるが、台湾からのインバウンド客の足が運んでいない状況である。 <課題> 本町は、平坦で肥沃な土壌に恵まれていることなどから農業が盛んであります。また、唱歌「牧場の朝」のモデルの地となった「岩瀬牧場」、かがみいし田んぼアートと観光も知名度が高くなっている。 しかしながら、販売する農産物（特産品）や観光コンテンツの認知度が低く、対外的に発信・PR を積極的に行えておらず、もとより観光パンフレットの多言語化を始め、海外からの観光客を受け入れる体制が弱い。					
【課題に対するこれまでの取組と成果等】					
<課題に対するこれまでの取組> ・台湾との交流 令和 3 年度、令和 5 年度「JENESYS」に参加し、かがみいし田んぼアートの説明及び PR を台湾の大学生に対して行い交流を深めた。 ・インバウンドを意識した PR 令和 5 年度「ホストタウンフェスティバル国際交流パビリオン」に参加し、各国の大使館職員に対して特産品、観光についてセールスを行った。 ・岩瀬農業高等学校では食の安全・安心を発信するべくグローバル G A P 認証が 1 8 品目となり高校日本一の認証数となっている。 <これまでの取組における成果> ・令和 5 年度は、かがみいし田んぼアートに約 100 人のインバウンド客が訪れた。 ・将来的な海外への輸出を視野に入れ、岩瀬農業高校のグローバル G A P 認証食材を活用した 6 次化商品の開発に取り組んでいる。 ・本町近隣の須賀川市、天栄村と連携する観光連絡協議会でも福島空港を利用するインバウンド客に対して、福島空港で PR することにより興味を持っていただいた。 <目標達成状況> 福島空港利用者（台湾）：1 8, 8 1 1 人（R6 福島県 1 0 月時点調査） 内鏡石町への観光客：ツアー 1 件（2 0 人程度）					

【今年度事業における具体的な取組内容】

1 台湾インフルエンサーの招聘

実施期間：令和7年4月～令和8年3月 1回～2回

実施体制：鏡石町、委託業者

実施場所：鏡石町内

概算費用：2,057千円（i）

実施内容：台湾で人気の日本観光に特化したインフルエンサーを1名招聘し、これまで開発してきた特産品の商品の試食、観光を見て肌で感じてもらい、また、農産物の育っている様子や収穫し実際に食べていただくなどして、本町の魅力を台湾人に向けてYouTube等で発信してもらう。

インフルエンサーの選定については、フォロワーが5万人以上いる影響力のある人物に限る。

台湾との往復については可能な限りタイガーエアーを利用し、福島空港を利用していただく。

※想定インフルエンサー：ピンク（フォロワー327,000人）、Alanchannel（フォロワー687,000人）

【行程（案）】

1日目：鏡石町到着 → 昼食 → 町内観光（鳥見山公園、田んぼアート、岩瀬牧場想定） → 宿泊

2日目：鏡石町内（果樹（桃）、野菜（きゅうり）収穫体験） → 特産品の試食

3日目：ふれあいの森公園散策 → 帰国

動画の要件：・風評の払拭につながる要素をメインとする。

・15分程度の動画を1本以上発信する。

2 台湾向けのLPページの構築

実施期間：令和7年4月～令和8年3月

実施体制：鏡石町、委託業者

概算費用：2,420千円（ii）

実施内容：1の事業で制作した台湾インフルエンサーのYouTube等動画のPR、本町のPRを台湾向けに行うため、台湾語でのLPページを町公式HPに構築する。構築することで、単に動画での単独接触機会だけで終わらずに、実際に鏡石町へ呼び込むための準備を行い、風評払拭へつながる情報発信に努める。

【LPページ構成（想定）】

- ・特産品等食の安全・安心を伝える内容を盛り込む。
- ・鏡石町の有する魅力（観光、歴史、食等）を伝える内容を盛り込む。
- ・3の事業で実施する台湾向けのパンフレットの掲載

3 台湾向けパンフレット作成

実施期間：令和7年4月～令和8年3月

実施体制：鏡石町、委託業者

概算費用：2,904千円（iii）

実施内容：令和6年度「鏡石町風評払拭のためのデジタルコンテンツ発信事業」で都市圏向けに作成した「おさんぼマップ」を活用する。内容は軽微なデザイン修正のみとし、あくまでも台湾で配布できるよう台湾語化を目的とする。5,000部程度作成し、台湾で行われるイベントに参加する際に配布する。また、データについては、2の事業台湾向けのLPページでも紹介する。

4 台湾で行われる東北イベントへの参加

実施期間：令和7年12月頃

実施体制：鏡石町、委託業者

概算費用：5,566千円（iv）

実施場所：台湾台北市

実施内容：（一社）東北観光推進機構が主催する「日本東北遊楽日」に2日間出展する。

- ・鏡石町の特産品（農産物含む）の販売
- ・本町の魅力度と福島風評に関するアンケート
来場者へイベントの感想を等と共に風評への対応としてアンケートを行う。
※アンケートに答えた来場者には本町のお土産500円程度をプレゼントする。
- ・「おさんぼマップ」配布による本町の紹介
同時通訳をして来場者へ説明する。

【想定内容】

ブースの詳細：りんご、加工品（ジャム、甘酒、泡盛等）、シャインマスカット、和菓子などの販売

アンケート調査：500人に対して風評動向調査のアンケートを実施する。お礼としては、町公式キャラクターのキーホルダーガチャガチャ1回を予定とする。

対応予定者：町産業課1名、かがみいし振興公社等2名 予定

※通訳については、現地の方を2名手配予定（観光PR用通訳1名、単なる通訳1名）

5 台湾での商談会の実施

実施期間：令和7年12月頃

実施体制：鏡石町、委託業者

概算費用：1,053千円（v）

実施場所：台湾

実施内容：台湾での商談会

日本東北遊楽日への参加に合わせて、台湾旅行会社への訪問、日本商品を取り扱う店舗への訪問を行い、現地の視察及びヒアリングを実施し、今後の台湾人の鏡石町ツアー造成の可能性や、農産物等の輸出の可能性を探り、何が必要か確認することを目的とする。また、台湾企業等との交流を深めると共に、台湾からの積極的なインバウンド誘致をすることを目的に実施する。

また、継続的な繋がりとするべく日本の各地と姉妹都市交流を行っている自治体を訪問し、交流を行うことで次年度以降も交流を図るきっかけとする。

【訪問者】

産業課2名、かがみいし振興公社2名（物産販売対応） 4名

【スケジュール（案）】

4泊5日

1日目：14：40着（予定）到着後荷物確認

2日目：台中市、台南市訪問（予定）、BtoB商談会（15時～）

3日目：日本東北遊楽日（出展）、別動：旅行会社への訪問、交流

4日目：日本東北遊楽日（出展） 別動：日本商品取扱店への訪問、交流

5日目：6：40発帰路（予定）

※想定旅行会社（航空会社）

華泰旅行社、五福旅行社、世興旅行社、タイガーエアー、スターラックス航空 等

【今年度事業における目標】

＜アウトプット＞

◇台湾からのインバウンドを誘致することを目的に、旅行会社との商談を行う。 5社以上

◇台湾現地旅行会社、日本商品取り扱い店舗3社以上を訪問する。

◇日本東北遊楽日でのブースでアンケートを500人に記入いただく。

◇台湾向けLPページでの情報発信 1回以上

◇台湾向けパンフレット 5,000部配布

◇動画での配信 1回以上

＜アウトカム＞

・令和7年度末の本町へのインバウンド客数について、1000名の創客を目指す。

【今年度、事業の実施により得られる効果】

・インフルエンサーに発信してもらうことで、台湾からのインバウンド宿泊客が福島県内を観光する際に旅行先の選択肢の一つとして検討してもらえるようになる。

・台湾へのトップセールス及び台湾でのイベントへの出展をきっかけに、鏡石町の認知度を向上させ、風評に関する安全・安心を伝え、アンケート等によるデータを次年度以降の台湾からの誘客をする際に有効なデータとして用いることとする。